

MODELO DE PLANO DE COMUNICAÇÃO

1. Identifique os seus objetivos: o que pretende que as suas atividades de comunicação alcancem?
2. Escolha os seus públicos-alvo: com quem quer falar?
3. Crie as suas mensagens-chave: quais são os três principais factos que pretende dar a conhecer ao seu público sobre o trabalho na área do comércio do seu país?
4. Estabeleça o seu calendário: identifique marcos do projeto merecedores de atividades de comunicação e sensibilização:
 - Lançamento dos EDIC/Atualizações do EDIC
 - Eventos (lançamento do projeto, conferência sobre comércio, etc.)
 - Reuniões de doadores
 - Resultados do projeto confirmados
 - Visitas ao terreno
 - Histórias de sucesso
5. Selecione os seus métodos de comunicação: que formato irá utilizar para veicular as suas mensagens:
 - Brochuras
 - Site
 - Redes sociais
 - Eventos/conferências de imprensa
 - Artigos de imprensa
 - Vídeos
6. Elabore um orçamento provisório: lembre-se de que pode incluir uma rubrica para a comunicação no orçamento do seu projeto para pagar a impressão, a paginação, os fotógrafos e os operadores de câmara.
7. Estabeleça um plano de trabalho com resultados e prazos claros
8. Monitorize os resultados e o desempenho das suas atividades de comunicação, como:
 - número de seguidores nas redes sociais
 - cobertura da imprensa na sequência de um evento
 - número de visualizações dos vídeos
 - número de sessões no site